

Os ateus também fazem marketing

Ensino Religioso

Enviado por: lenawb@seed.pr.gov.br

Postado em: 27/10/2008

A British Humanist Association (BHA) está promovendo uma campanha ateuista e recebeu o apoio do acadêmico britânico Richard Dawkins, autor do livro "Deus, um delírio".

A proposta da campanha é "promover o ateísmo na Grã-Bretanha, encorajar mais ateuistas a assumirem publicamente a sua posição e elevar o moral das pessoas a caminho do trabalho". Com o dinheiro obtido, a BHA pretendem divulgar a campanha em 60 táxis/ônibus durante um mês. A frase completa é: "There`s probably no God. Now stop worrying and enjoy your life" ("Provavelmente, Deus não existe. Agora, pare de se preocupar e curta a vida", em tradução livre). "Nós vemos tantos cartazes que divulgam a salvação através de Jesus ou que ameaçam com condenação eterna, que eu tenho certeza que essa campanha será vista como um sopro de ar fresco", disse Hanne Stinson, presidente da BHA à BBC. Há também a possibilidade de se estender a campanha a outras cidades na Inglaterra e na Escócia. "A religião está acostumada a usufruir de benefícios tributários, respeito não merecido, o direito de não ser ofendida e o direito de fazer lavagem cerebral nas crianças", disse Dawkins. "Mesmo nos ônibus, ninguém pensa duas vezes quando vê um slogan religioso. Esta campanha fará com que as pessoas pensem - e pensar é um anátema perante a religião". A Igreja Metodista agradeceu à Dawkins por incentivar um "interesse constante em Deus". "Esta campanha será uma coisa boa se fizer com que as pessoas pensem nas questões mais profundas na vida", disse Jenny Ellis, reverenda metodista. "O Cristianismo é para pessoas que não têm medo de pensar sobre a vida e o seu significado". Acessado em 27/10/2008 no sítio do SRZD. Todas as modificações posteriores são de responsabilidade do autor original da matéria.